

MENGGAGAS KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM KERAGAMAN

*Dra. Tuti Widiastuti, M.Si. **

PENDAHULUAN

Definisi budaya dapat diperoleh dengan cara memahami organisasi sosial. Studi mengenai organisasi sosial difokuskan pada bagaimana aktivitas manusia dikoordinasikan atau diarahkan. Olsen (1978) berpendapat bahwa kehidupan sosial adalah sebuah proses yang secara berkesinambungan diciptakan dan diciptakan ulang sebagaimana individu-individu membawa aturan dan makna kepada kehidupan kolektifnya. Dengan kata lain, seperti juga komunikasi, kehidupan sosial dinamis merupakan sebuah proses yang sedang terjadi tanpa awal atau tanpa akhir.

Organisasi sosial tidak akan ada, kecuali beberapa tingkatan aturan ada di dalamnya. Olsen (1978) membedakan tiga level aturan yang ada dalam kehidupan sosial, yaitu (1) *personal ordering* merujuk pada proses yang memberikan hubungan dan stabilitas pada variasi proses psikologis kognitif dan afektif yang terjadi pada diri seseorang; (2) *social ordering* terjadi apabila dua orang atau lebih berinteraksi satu dengan yang lainnya dari waktu ke waktu; dan (3) *cultural ordering* meliputi pembuatan seperangkat ide-ide simbolis yang dihubungkan dengan pola aturan sosial. Untuk memperluas kolektivitas, masyarakat saling berkaitan atau saling melengkapi satu dengan yang lainnya, di antaranya ditandai dengan adanya proses dimana anggota masyarakat berbagi ide-ide budaya.

Keesing (1974), dalam pandangannya budaya tidaklah sesederhana seperti halnya kumpulan simbol yang disesuaikan bersama-sama oleh para ahli analisa tapi budaya sebagai sebuah sistem pengetahuan dibentuk dan dipaksakan melalui cara kerja otak manusia, mengorganisir, memproses informasi dan menciptakan "model realitas internal".

Kita belajar menjadi bagian dari budaya kita dari orang tua kita, dari guru di sekolah, dari institusi agama, dari orang terdekat, dan dari media massa. Kita mempelajari budaya melalui media massa, khususnya televisi. Televisi mengajari kita norma-norma budaya dari hari ke hari dan menyajikan cara pandang mengenai realitas. Televisi merupakan medium tempat kebanyakan dari kita belajar apa yang orang lain harapkan dari perilaku kita. Menurut Gerbner, semakin lama kita menonton televisi, semakin mirip/sama cara pandang realitas kita dengan orang lain.

Budaya kita mempengaruhi perilaku kita secara langsung melalui norma-norma dan peraturan-peraturan yang kita gunakan sebagai pedoman tingkah laku kita ketika kita berinteraksi dengan yang lain. Budaya kita juga secara tidak langsung mempengaruhi komunikasi kita melalui karakteristik individu yang kita pelajari ketika disosialisasikan ke dalam budaya kita. Budaya kita mempengaruhi komunikasi kita dan komunikasi kita mempengaruhi budaya kita. Pengaruh ini lebih banyak tidak kita sadari. Untuk berkomunikasi

* Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid

secara efektif dengan orang dari budaya dan atau kelompok etnis yang berbeda, kita harus menyadari pengaruh budaya pada komunikasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi antarbudaya adalah sebuah transaksional proses simbolis meliputi atribut nama antara orang dari budaya yang berbeda, sedangkan komunikasi intrabudaya (*intracultural communication*) merujuk pada komunikasi antara orang dari budaya yang sama. Perlu diingat ketika kita menggunakan istilah budaya, maka berlaku untuk aturan budaya pada level *societal*. Istilah *cross-cultural* saran artinya dengan *intercultural*, atau secara tradisional disamakan dengan fenomena lintas budaya.

Jika istilah budaya merujuk pada budaya *societal*, kemudian diindikasikan *subculture* merupakan sebuah *subset* budaya yang memiliki nilai yang berbeda, norma-norma, dan/atau simbol yang tidak terbagi oleh semua anggota dalam budaya besar. Dengan kata lain, *subculture* meliputi seperangkat ide-ide dari budaya yang lebih besar tapi berbeda dalam beberapa hal yang dimuliakan. Dalam terminologi yang berbeda, *subculture* yang utama adalah kelompok ras dan etnis. Pemakaian kata yang salah, antara lain ras adalah kelompok orang yang sama secara biologis, dan kelompok etnis adalah sekelompok orang yang berbagi warisan budaya yang sama berdasarkan asal negara atau bahasanya.

Interracial communication merujuk pada komunikasi antara orang dari ras yang berbeda, sedangkan *interethnic communication* merujuk pada komunikasi antara orang dari kelompok etnis yang berbeda. Kapan pun kita berkomunikasi dengan orang yang berbeda dan tidak dikenal dan dengan orang yang lingkungannya tidak dikenal pula, maka sebenarnya kita berkomunikasi dengan orang asing, untuk itu kita memerlukan pengetahuan yang baik mengenai komunikasi antarbudaya.

KERAGAMAN BUDAYA

Cultural variability atau keragaman budaya memungkinkan kita untuk memahami mengapa pola komunikasi lintas budaya memiliki persamaan atau perbedaan. Dengan melihat dimensi dari *cultural variability* (keragaman budaya), diharapkan kita dapat memahami budaya orang lain dengan terlebih dahulu kita memahami budaya kita sendiri. Yang termasuk dalam *cultural variability*, antara lain:

1. *Individualism-Collectivism*

Menurut Gudykunst dan Kim, dalam budaya individualistik dan kolektivistik dimensi keragaman budaya digunakan untuk menjelaskan komunikasi lintas budaya. Komunikasi *low-context* mendominasi model komunikasi dalam budaya individualistik. Dan komunikasi *high-context* mendominasi model komunikasi dalam budaya kolektivistik. Pengaruh budaya individualisme-kolektivisme pada komunikasi dimediasi oleh kepribadian, nilai, dan *self construal* yang kita miliki.

2. *Uncertainty Avoidance*

Uncertainty avoidance menjelaskan bagaimana derajat penghindaran ketidakpastian yang dimiliki oleh anggota budaya. Hofstede menyimpulkan bahwa cara pandang seseorang dalam budaya *high uncertainty avoidance* seperti halnya "apa yang beda itu berbahaya", dan kepercayaan orang dalam budaya *low uncertainty avoidance* seperti halnya "apa yang berbeda" (hal 119).

3. *Power Distance*

Power distance merupakan suatu kondisi dimana anggota yang kurang berkuasa dari suatu institusional dan organisasi menerima bahwa kekuasaan didistribusikan secara tidak merata (Hofstede & Bond, 1984: 419). Individu yang berasal dari budaya kekuasaan tinggi menerima kekuasaan sebagai bagian dari masyarakatnya. Anggota masyarakat dari budaya *high power distance* melihat kekuasaan sebagai dasar fakta dalam masyarakat dan memaksa atau mengerahkan

kekuasaan. Sementara masyarakat dari budaya *low power distance* percaya bahwa kekuasaan hanya bisa digunakan ketika ada legitimasi dan melebihi ahli atau legitimasi kekuasaan. Jarak kekuasaan berguna dalam memahami perilaku *stranger* dalam peran relasinya, khususnya yang meliputi perbedaan derajat pada kekuasaan atau otoritas.

4. *Masculinity-Femininity*

Hofstede (1980) menjelaskan bahwa dalam perbandingan dengan masyarakat pada budaya feminin, masyarakat dalam budaya maskulin memiliki motivasi yang besar untuk meraih prestasi, melihat kerja sebagai sentral kehidupannya, menerima intervensi perusahaan dalam kehidupannya, memiliki tingkat stress pekerjaan yang tinggi, memiliki perbedaan nilai yang besar antara laki-laki dan perempuan dalam posisi yang sama. Dan menempatkan hal-hal berikut sebagai pemuasan kerja, yaitu penghargaan, promosi, atau tantangan. Maskulinitas-femininitas bermanfaat untuk memahami budaya yang berbeda dan yang sama dalam hubungan antara *opposite-sex* dan *same-sex*.

5. *Confucian Work Dynamism*

Berasal dari studi mengenai Koneksi Budaya Cina yang dilakukan oleh Michael Bond di Universitas, Cina Hongkong. Studi ini menghasilkan *confusion work dynamism*, sedangkan tiga lainnya berkorelasi dengan hasil studi dari Hofstede, yaitu integritas berkorelasi dengan individualisme, disiplin moral berkorelasi dengan jarak kekuasaan, dan *human-heartedness* berkorelasi dengan maskulinitas-femininitas. Koneksi budaya Cina (1987) menjelaskan bahwa empat nilai positif (aturan relasi, hemat, tekun, dan memiliki rasa malu) merefleksikan dinamisme hirarki dalam masyarakat Cina. Adapun empat nilai negatif (menjaga kehormatan seseorang, kestabilan pribadi, menghormati tradisi, dan pembalasan).

6. *Human Nature Orientation*

Orientasi nilai yang diperkenalkan oleh Kluckhohn dan Strodtbeck, pada intinya

merupakan prinsip-prinsip yang memberikan aturan dan pengarahannya pada setiap alur perilaku dan pikiran manusia yang berkaitan dengan solusi permasalahan 'manusia pada umumnya' (Kluckhohn dan Strodtbeck, 1961:4). Orientasi alamiah manusia merujuk pada sifat bawaan manusia secara alamiah, misalnya manusia dapat dilihat sebagai pembawaan baik, pembawaan jahat, atau gabungan antara baik dan jahat. Tetapi perlu dicatat bahwa gabungan antara baik dan jahat bukan berarti netral.

7. *Person-Nature Orientation*

Tiga tipe potensial pada relasi antara manusia dan alam, adalah menguasai alam, harmonis dengan alam, dan dikuasai alam (Kluckhohn dan Strodtbeck, 1961). Bagaimana hubungan manusia dengan alam dipengaruhi oleh kondisi dan situasi tempat manusia itu tinggal. Misalnya di masyarakat industri, pandangan tentang menguasai alam menjadi hal terpenting.

8. *Time Orientation*

Menurut Kluckhohn dan Strodtbeck (1961), orientasi waktu terbagi atas: (1) orientasi pada masa lampau (mendominasi budaya yang menempatkan nilai tradisi yang tinggi); (2) orientasi masa sekarang (mendominasi masyarakat yang memiliki sedikit perhatian pada apa yang terjadi di masa lampau dan apa yang akan terjadi di masa akan datang); dan (3) orientasi pada masa datang (mendominasi masyarakat yang menilai perubahan secara tinggi).

9. *Activity Orientation*

Aktivitas manusia dapat dikendalikan dalam tiga cara (Kluckhohn dan Strodtbeck, 1961), yaitu (1) *doing*, yaitu melakukan sesuatu yang dapat dinilai oleh orang lain; (2) *being*, yaitu menjadi sesuatu karena *given* sebagai manusia; dan (3) *being-in-becoming* yaitu gabungan antara siapa kita dan bagaimana kita menyempurnakannya.

10. *Relation Orientation*

Kluckhohn dan Strodtbeck (1961), membagi tiga hal mengenai bagaimana manusia mendefinisikan hubungannya dengan orang lain: (1) *individualism*, yaitu orientasi dikarakteristikkan oleh otonomi individu; (2) *lineality*, yaitu fokus pada kelompok; dan (3) *collaterality* yaitu juga fokus pada kelompok tapi bukan kelompok yang diperluas dari waktu ke waktu seperti tempat bekerja dan asal perguruan tinggi.

11. *Affectivity-Affective Neutrality*

Pattern variable adalah sebuah dikotomi, satu sisi harus dipilih oleh aktor (atau aktris) sebelum memaknai situasi yang sudah tentu positif untuknya, dari sebelum dia bertindak dengan menghargai situasi (Parson dari Shils, 1951:77). *Affectivity* diasosiasikan dengan respon emosional. *Affective neutrality* diasosiasikan dengan respon orang lebih dari level kognitifnya (non-emosional).

12. *Universalism-Particularism*

Orientasi universalistik adalah kategorisasi manusia atau objek dalam hal kerangka rujukan universal atau umum (Parson, 1951). Adapun kategorisasi dari manusia atau objek dalam kategori spesifik adalah orientasi partikularistik.

13. *Diffuseness-Specificity*

Orientasi *diffuseness-specificity* fokus pada bagaimana kita merespon pada orang atau objek lain. Jika seseorang atau sebuah objek direspon secara holistik, maka orientasi *diffuseness* ditampilkan. Jika aspek khusus dari seseorang atau sebuah objek direspon, maka orientasi spesifik digunakan.

14. *Ascription-Achievement*

Melalui *ascription orientation*, seseorang dinilai berdasarkan kualitas yang melekat dalam dirinya (seperti gender atau warisan keluarga). Seseorang yang berasal dari dominasi *ascription orientation* diprediksi berdasarkan perilaku kelompok tempat dia lahir (seperti gender, usia, ras, kelompok etnis, kasta, dan lain lain), sedangkan yang berasal

dari dominasi *achievement orientation* diprediksi berdasarkan prestasi usaha mereka (kelompok pekerjaan, kelas sosial, dan lain lain).

15. *Instrumental Expressive Orientation*

Dalam *expressive orientation*, interaksi dinilai karena mereka penting bukan karena mereka dapat memimpin yang lainnya. *Instrumental orientation*, interaksi dinilai hanya karena mereka membantu seseorang meraih tujuannya.

Structural tightness fokus pada norma, aturan, dan membatasi budaya pada perilaku anggotanya. Norma didefinisikan sebagai petunjuk perilaku berdasarkan kode moral. *Rules* (aturan) didefinisikan sebagai petunjuk perilaku tidak berdasarkan kode moral (Olsen, 1978). Dalam *tight cultural*, norma dan *rules* budaya cenderung jelas dan orang diharapkan mengikutinya (Pelto, 1968).

Triandis (1994) menyatakan bahwa homogenitas budaya (kesamaan orang) cenderung mengarahkan *structural tightness*. Adapun Mosel (1973) menyatakan bahwa lebih mudah memprediksi dalam *tight social structure* daripada dalam *loose social structure*. *Structural tightness* pada akhirnya dapat kita gunakan dalam memprediksi lawan bicara kita sehingga efektivitas komunikasi dapat tercapai.

STUDI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Telah diyakini banyak pihak bahwa ketika kita mempelajari komunikasi antarbudaya seharusnya konsisten dengan studi komunikasi intrabudaya. Seperti juga disampaikan oleh Sarbaugh, bahwa ketika seseorang memulai identifikasi variabel yang dipelajari dalam komunikasi, bagaimanapun akan menjadi jelas kesamaan antara *setting* intrakultural dan interkultural. Konsep-konsep yang dipelajari dalam membahas komunikasi antarbudaya, antara lain konsep orang asing (*stranger*), perilaku intergrup dan interpersonal, manajemen kecemasan dan

ketidakpastian, dan sebuah model yang mengatur studi komunikasi dengan orang asing.

Konsep Orang Asing

Konsep mengenai orang asing sering kali rancu dengan istilah makhluk asing, penyusup, orang dari negara asing, orang luar, pendatang baru, dan imigran. Konsep *stranger* mengingatkan seseorang pada kekuatan perangkat sosiologikal untuk menganalisa proses sosial pada konfrontasi individu dan kelompok pada aturan sosial baru (Shack, 1979: 2). Menurut Simmel (1950/1908), *stranger* mengemukakan ide kedekatan karena secara fisik mereka dekat dan ide keterpencilan mereka berbeda nilai dan cara melakukan suatu hal. *Stranger* secara fisik ada dan berpartisipasi dalam sebuah situasi dan pada saat bersamaan berada di luar situasi karena mereka bukan anggota kelompok.

Wood (1934) melihat *stranger* sebagai orang luar yang baru saja datang. Bagi Schuetz (1944 : 499), istilah *stranger* berarti seorang individu dewasa yang mencoba diterima secara tetap atau paling tidak ditolerir oleh kelompok yang dia dekati. Herman dan Schield (1960), melihat masalah *stranger* sebagai keselamatan kurang terjamin ketika dia menghadapi lingkungan sekitarnya yang baru. Oleh karena itu, *stranger* tidak memiliki cukup pengetahuan untuk memahami secara utuh lingkungan barunya atau komunikasi dengan orang-orang yang tinggal bersamanya.

Berbeda dengan Cohen (1972), yang menyatakan bahwa kita dapat mengatakan interaksi sosial tidak hanya meliputi interaksi kita dengan orang lain untuk pertama kalinya, tetapi juga keragaman penghargaan pada derajat keterasingan dan/atau kedekatan ada dalam interaksi. Konsep *stranger* yang digunakan dalam buku ini mengacu pada orang-orang dalam hubungan dimana ada derajat keterasingan dan derajat kedekatan secara relatif. Konsep *stranger* menjadi penting ketika kita mempelajari bagaimana berkomunikasi dengan *stranger* (misalnya komunikasi antarkelompok), dan bagaimana

berkomunikasi dengan orang yang dikenal (misalnya komunikasi antarpersonal).

Perilaku Intergrup dan Interpersonal

Miller dan Steinberg (1975) mengemukakan bahwa kita menggunakan tiga tipe data ketika kita membuat prediksi mengenai perilaku orang lain, antara lain meliputi (1) data kultural, yaitu digunakan untuk memprediksi perilaku orang dari budayanya dan orang yang berasal dari budaya lain; (2) data sosiologikal, yaitu prediksi berdasarkan karakteristik yang dimiliki seseorang sebagai anggota kelompok tertentu; dan (3) data psikologikal, yaitu prediksi berdasarkan karakteristik khusus seseorang yang kita ajak berkomunikasi. Kita akan menggunakan informasi dan mengombinasikannya dengan budaya kita dan data sosiologikal untuk membuat prediksi mengenai perilaku seseorang.

Identitas adalah perbedaan cara kita memandang diri sendiri. Menurut J. C. Turner (1987), identitas kita dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori: (1) manusia (*human*), yaitu identitas kita sebagai makhluk ciptaan yang terkait dengan manusia lainnya, misalnya identitas kita terkait dengan identitas laki-laki dan perempuan dalam budaya; (2) sosial, yaitu berdasarkan peran yang kita mainkan seperti sebagai pelajar, profesor atau orang tua; dan (3) personal yaitu menggambarkan keunikan kita sebagai individu dalam kelompok seperti kebangsaan, etnis, gender, atau usia.

Tajfel (1978) membedakan antara perilaku antarkelompok dan antarpersonal berdasarkan identitas mana yang mengarahkan perilaku. Perilaku antarpersonal benar-benar terjadi ketika semua prediksi didasari pada data psikologikal. Perilaku antarkelompok benar-benar terjadi ketika semua prediksi dibuat atas dasar data sosiologikal dan/atau data kultural. Stephenson (1981), mengemukakan bahwa ketika terjadi komunikasi tatap muka, maka meliputi antarpersonal dan antarkelompok yang tinggi. Sebaliknya ketika percakapan lewat telepon

terjadi meliputi interpersonal yang tinggi dan antarpersonal rendah. Dengan kata lain baik identitas personal dan sosial sebagai pembangkit mekanisme perilaku dalam situasi yang sama (Coupland, 1980).

Manajemen Kecemasan dan Ketidakpastian

Berger dan Calabrede (1975), menyatakan bahwa poin penting ketika kita bertemu seseorang pertama kali adalah reduksi ketidakpastian. Selanjutnya dikatakan paling tidak ada dua tipe berbeda yang ada dalam interaksi kita dengan orang asing, yaitu (1) ketidakpastian mengenai sikap, perasaan, kepercayaan, nilai, dan perilaku orang tersebut; (2) penjelasan mengenai perilaku orang asing, mengapa dia berperilaku seperti itu.

Kita tidak akan pernah memprediksi atau menjelaskan perilaku orang lain secara total. Kita semua memiliki derajat ketidakpastian maksimum dan minimum (Gudykunst, 1993). Jika ketidakpastian kita di atas garis maksimum, maka kita berpikir tidak memiliki cukup informasi untuk memprediksi atau menjelaskan perilaku seseorang. Sebaliknya, jika ketidakpastian kita di bawah garis minimum, maka kita berpikir perilaku orang lain mudah diprediksi. Ketidakpastian tidak selama menurun seiring dengan lamanya interaksi, kadang kala ketidakpastian meninggi. Untuk itu, kita perlu secara sadar mengatur ketidakpastian untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Banyak faktor yang mempengaruhi ketidakpastian ketika kita berkomunikasi dengan orang asing (Gudykunst, 1988b, 1995), yaitu harapan, identitas sosial, kesamaan persepsi antara kelompok kita dengan kelompok orang asing, derajat kita berbagi dengan jaringan orang asing, dan kontak antarpersonal yang menonjol dengan orang asing. Gudykunst (1988b) lebih lanjut menambahkan kuatnya identitas sosial mereduksi ketidakpastian hanya jika kita mengenali bahwa *stranger* berasal dari

kelompok lain dan ketika *stranger* dianggap tipikal anggota kelompoknya. Derajat kesamaan kelompok dengan *stranger* jika mempengaruhi kemampuan kita untuk mereduksi ketidakpastian.

Kecemasan (*anxiety*) terjadi dalam komunikasi biasanya berdasarkan harapan negatif. Jika *anxiety* berada di atas ambang maksimum atau di bawah ambang minimum, maka kita cenderung memproses informasi dengan mudah. Hal ini sejalan dengan teori antisipatori kecemasan dari Janis (1971), yang menyatakan bahwa level moderat dari kecemasan mengarahkan proses adaptasi, sementara tinggi dan rendahnya level tidak. Kecemasan kita akan meninggi atau menurun dalam sebuah hubungan bergantung pada apa yang terjadi dalam hubungan dan bagaimana kita menginterpretasikannya.

Stephan dan Stephan (1985) menyatakan ada empat tipe konsekuensi negatif yang terjadi ketika kita berinteraksi dengan orang asing, yaitu (1) kita cemas pada konsep diri kita sendiri; (2) kita cemas dengan hasil komunikasi kita dengan orang asing; (3) kita cemas pada evaluasi orang asing terhadap diri kita; dan (4) kita cemas pada penilaian negative anggota kelompok kita sendiri. Stephan dan Stephan (1985) juga mengemukakan tiga penyebab *anxiety* antarkelompok, yaitu hubungan antarkelompok sebelumnya, kognisi antarkelompok (seperti stereotipe dan sikap antarkelompok), dan faktor situasional.

Untuk mengatasi ketidakpastian dan kecemasan, kita harus sadar (misalnya *mindful*; sadar atau hati-hati) pada komunikasi kita. Langer (1989) mengemukakan tiga karakteristik *mindfulness*, yaitu (1) menciptakan kategori baru; (2) terbuka untuk informasi yang baru; (3) menyadari ada lebih dari satu perspektif. Fokus pada proses komunikasi memperkuat diri kita menjadi *mindful* pada perilaku kita dan memperhatikan situasi tempat kita menemukan jati diri kita. Kita akan menjadi sadar ketika kita memasuki situasi baru (Berger dan Douglas, 1982). Ketika kita mencoba memprediksi dan

menjelaskan perilaku *stranger*, maka kita mengatur kecemasan kita. Untuk itu kita harus *mindful* pada komunikasi yang kita lakukan.

SEBUAH MODEL YANG MENGATUR STUDI KOMUNIKASI DENGAN ORANG ASING

Tujuan membangun sebuah model tidak untuk memaparkan proses komunikasi dengan *stranger*, tetapi untuk mengorganisir elemen-elemen yang mempengaruhi proses komunikasi dengan orang asing. Dalam model tersebut digambarkan orang-orang yang berkomunikasi (komunikator dan komunikan) dipengaruhi latar belakang kultural, sosiokultural, dan psikokultural. Lingkarannya digambarkan dengan garis-garis putus, yang artinya elemen-elemen mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen-elemen lainnya. Kotaknya juga digambarkan dengan garis putus-putus, maksudnya lingkungan di luar komunikasi terjadi tidak tertutup atau sistem terbuka, karena kebanyakan komunikasi antarmanusia terjadi dalam lingkungan sosial yang meliputi siapa saja yang terlibat dalam komunikasi.

Dengan kata lain komunikasi tidaklah statis, kita menginterpretasikan stimulus pada saat bersamaan kita menyampaikan pesan, Faktor kultural, sosiokultural, dan psikokultural mempengaruhi konseptual *filter* pada cara kita menyampaikan dan menginterpretasikan pesan. Bahasa merupakan satu alat utama yang kita gunakan dalam mengkode pesan. Budaya dan bahasa saling berkaitan, bahasa kita merupakan produk budaya kita dan budaya kita merupakan produk dari bahasa kita. Bagaimana kita menginterpretasikan *encoding* pesan oleh *stranger* merupakan fungsi dari apa yang telah mereka transmisikan, apa yang telah kita transmisikan kepada mereka, konteks dimana kita berkomunikasi, dan konseptual filter kita.

Selain itu, nilai (*values*), norma (*norms*), dan aturan (*roles*) juga mempengaruhi komunikasi kita. *Values* adalah konsepsi yang

disebarkan pada keinginan akhir dari kehidupan sosial dan artinya digunakan untuk meraih tujuan (Rokeach, 1972). *Values* terlihat pada ekspresi kolektif pada apa yang penting dan tidak penting, baik dan buruk. Adapun *norms* dan *rules* terlihat pada perilaku yang diterima dan tidak diterima dalam interaksi kita dengan yang lain. Pengaruh variabel kultural (seperti individualisme-kolektivisme) yang tergambar dalam *values*, *norms*, dan *rules* komunikasi menguasai dalam dampak budaya pada bagaimana kita mentransmisi pesan dan menginterpretasikan stimulus yang masuk ketika kita berkomunikasi dengan *stranger*.

Sosiokultural berpengaruh dalam proses *social ordering* yang membangun interaksi kita dengan yang lainnya pada saat pola perilaku kita menjadi konsisten dari waktu ke waktu (Olsen, 1978). Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain dan membuat prediksi berdasarkan posisi orang tersebut dalam kelompoknya, maka sebenarnya kita terikat dengan relasi peran. Misalnya jika kita tidak mengetahui ekspektasi *stranger*, oleh karenanya interpretasi dan prediksi kita tidak akurat mengenai perilaku mereka.

Psikokultural akan berpengaruh dalam proses *personal ordering*, yaitu proses yang menstabilkan proses psikologikal. Misalnya, ketika kita berkomunikasi dengan *stranger*, maka variabel yang mempengaruhi kita meliputi stereotipe dan sikap pada kelompoknya (seperti etnosentrisme dan praduga). Stereotipe dan sikap kita menimbulkan ekspektasi pada bagaimana *stranger* akan berperilaku.

Pada akhirnya lingkungan kita berkomunikasi akan mempengaruhi transmisi kita dan dalam menginterpretasikan pesan. Misalnya kondisi geografis, iklim, dan tata arsitektur sebagaimana persepsi kita pada lingkungan, akan berpengaruh pada bagaimana kita menginterpretasikan stimuli dan prediksi yang kita buat mengenai perilaku *stranger*.

KEANGGOTAAN DALAM KELOMPOK SOSIAL

Social group adalah dua atau lebih individu yang berbagi indentifikasi sosial yang sama di antara mereka atau menganggap diri mereka sebagai anggota dari kategori sosial yang sama (Turner, 1982). Kita akan merujuk pada *membership group* atau keanggotaan kelompok, jika kita sadar sebagai anggota sebuah kelompok atau kategori sosial.

Beberapa konsekuensi dari formasi *in group* dan *out group*, yaitu (1) kita cenderung mengharapkan anggota kelompok kita untuk berperilaku dan berpikir sama dengan apa yang kita lakukan (Tajfel, 1969); (2) sebagai anggota *in group*, kita cenderung menempatkan kelompok kita dalam posisi yang menguntungkan dalam komparasi dengan *out group* (Brewer, 1979); (3) kita kurang merasa cemas dalam berinteraksi dengan anggota kelompok kita daripada interaksi dengan anggota *out group* (Stephan & Stephan, 1985); (4) kita cenderung lebih akurat dalam memprediksi perilaku anggota *in group* daripada memprediksi perilaku anggota *out group* (Gudykunst, 1995).

Janis dan Smith (1965) menyatakan ada beberapa faktor yang mengarahkan kita untuk mempertahankan asosiasi kita dengan keanggotaan kelompok, yaitu (1) kita mendapatkan imbalan dari keanggotaan dalam kelompok termasuk afeksi dan pertemanan; (2) kita berusaha menghindari isolasi sosial yang tidak berdekatan dengan ikatan kedekatan kelompok, sementara itu kita memperoleh status dan prestise yang diasosiasikan dalam kelompok tertentu; dan (3) pengendalian perilaku atas kita mempertahankan kita dalam kelompok tertentu.

Secara alamiah keanggotaan kelompok dalam masyarakat pada akhirnya membentuk apa yang dinamakan kelompok mayoritas dan kelompok minoritas. Kelompok kedua kerap menjadi pusat perhatian karena adanya perlakuan yang berbeda dari kelompok mayoritas. Schaefer (1979)

membagi lima karakteristik keanggotaan kelompok minoritas, yaitu anggota kelompok minoritas diperlakukan berbeda dari anggota kelompok mayoritas, anggota kelompok minoritas memiliki karakteristik fisik atau budaya yang membuat mereka berada di luar kelompok mayoritas, karena kelompok minoritas berada di luar, keanggotaannya sukarela, anggota kelompok minoritas cenderung berkaitan dengan dan menikahi anggota lain dalam kelompoknya, dan anggota kelompok minoritas sadar akan status subordinat yang mengarah pada kekuatan solidaritas kelompok.

Wirth (1945) membedakan dua tipe kelompok minoritas yaitu *racial group* dan *ethnic group*. *Racial group* memiliki tanda-tanda ras, lebih terlihat dan permanen yang dilekatkan pada diri kita. *Ethnic group* sebaliknya, memiliki karakteristik bahasa, kepercayaan, budaya, atau nasional yang berbeda. *In group* adalah kelompok manusia mengenai siapa yang sejahtera (kita), dengan siapa (kita) mati bekerja sama tanpa pamrih, dan terpisah dari siapa yang mengarah pada ketidaknyamanan atau rasa sakit sekalipun (Triandis, 1988). *Out group* adalah kelompok manusia mengenai kepada siapa kita tidak peduli kesejahteraannya, dan kelompok dengan siapa kita mengharapkan imbalan yang setimpal dalam bekerja sama.

IDENTITAS SOSIAL YANG MEMPENGARUHI KOMUNIKASI DENGAN ORANG ASING

Social categorization adalah aturan dalam lingkungan sosial dalam hal pengelompokan orang dalam sebuah aturan perilaku yang masuk akal bagi individu (Tajfel, 1978). *Social identities* adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuannya mengenai keanggotaan kelompok sosial bersamaan dengan nilai dan emosi yang signifikan yang ada pada keanggotaan tersebut (Tajfel, 1978). Brewer (1991) menyatakan bahwa identitas sosial kita berasal dari ketegangan antara kebutuhan kita

untuk terlihat sama atau cocok dengan yang lainnya (proses inklusi), dan kita perlu untuk terlihat sama unik (proses diferensiasi). Deaux (1991) menyatakan bahwa identitas sosial memiliki dua dimensi yang berbeda, yaitu *voluntary-involuntary*, dan *desirable-undesirable*. *Voluntary identity* adalah satu yang dapat kita pilih, sementara *involuntary identity* adalah satu yang kita tidak mempunyai keleluasaan untuk memilih. *Diserable identities* adalah sesuatu yang kita pikir positif, dan *undiserable identities* adalah sesuatu yang kita pikir negatif. Identitas sosial kita relatif konsisten dari waktu ke waktu (Deaux, 1991).

Collective self-esteem adalah derajat di mana kita umumnya mengevaluasi kelompok sosial kita secara positif. Ada empat komponen *collective self-esteem* (Luhtanen & Crocker, 1992), yaitu (1) *private collective self-esteem* meliputi derajat kita mengevaluasi kelompok sosial kita secara positif; (2) *membership esteem* meliputi derajat kita mengevaluasi diri kita sendiri sebagai anggota kelompok sosial yang baik yang kita miliki; (3) *the importance of our group membership* meliputi derajat keanggotaan kelompok kita pusat dari bagaimana kita mendefinisikan diri sendiri.

DeVos (1975) mengatakan bahwa etnisitas meliputi penggunaan berbagai aspek dari latar belakang budaya kelompok untuk memisahkan mereka dari yang lainnya.

Adapun Giles dan Johnson (1981) sebaliknya melihat kelompok etnis sebagai individu-individu yang mengidentifikasi dirinya sebagai milik dari kategori etnis yang sama. Kategori etnis mungkin saja berdasarkan karakteristik budaya, sosial, psikologika, atau biologikal (Gorden, 1964; dalam Stanfield, 1995 untuk variasi teori-teori etnisitas).

Asimilasi merujuk pada proses penyerahan budaya dan mengambil karakteristik dari yang lain. Asimilasi sering kali mengarahkan kita pada ras sebagai metafora seperti orang Amerika diidentifikasi sebagai kulit putih (Morrison, 1992). Pluralistik melihat etnisitas adalah sikap internal dengan kecenderungan, tetapi tidak membuat suatu kewajiban, gambaran mengenai identifikasi etnis dalam interaksi. Ketika pluralistik memfasilitasi kepentingan pribadi, maka identitas etnis akan dibuat kejelasan pribadi; hal ini laten ketika pluralistik mengganggu (Hraba & Hoiberg, 1983).

Alba (1990) mendefinisikan identitas etnis sebagai orientasi subjek seseorang pada keaslian etnisnya. *Symbolic ethnicity* mengarah pada keinginan untuk mempertahankan sesuatu yang menjadi simbol etnis, tetapi tanpa kedalaman komitmen untuk mengikat dan bertindak sebagai etnis sosial (Alba, 1990). Interaksi antara budaya dan identitas etnis digambarkan dalam tabel berikut ini:

		Identitas Budaya	
		Lemah	Kuat
Identitas Etnis	Lemah	Tidak hanya budaya atau identitas etnis memiliki kekuatan pengaruh pada perilaku	Perilaku secara umum berdasarkan identitas budaya
	Kuat	Tingkah laku umumnya berdasarkan identitas etnis	Tingkah laku berdasarkan budaya atau identitas etnis, tergantung pada situasi

Seseorang mengategorikan orang lain berdasarkan tampilan fisiknya dan evaluasi tampilan baru secara negatif (McArthur, 1982). Identitas kelas sosial kita mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Kita dapat mengenali latar belakang kelas sosial *stranger* dari cara mereka bicara. Dengan menggunakan standar dialek (misalnya dialek yang digunakan oleh pembawa acara dari stasiun pemancar suatu negara) distribusi status sosial yang lebih tinggi yang menggunakan dialek nonstandar.

Hal-hal yang membedakan ekspektasi tingkah laku lintas budaya, yaitu (1) *degree of personalness* yang diharapkan dalam peran relasi; (2) *degree of formality* yang diharapkan dalam relasi; dan (3) *degree of hierarchy* jenjang perbedaan yang ada dalam relasi. Identitas peran kita juga mempengaruhi komunikasi kita dengan *stranger*. Kita belajar apa tingkah laku yang diharapkan dalam peran yang berbeda sebagai sesuatu yang kita sosialisasikan ke dalam budaya dan keanggotaan kelompok. Kalau peran cenderung beragam dalam lintas budaya, maka menjadi penting untuk kita ketahui ekspektasi peran *stranger* jika kita ingin memahami dan memprediksi secara tepat tingkah laku mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Alba, R. 1990. *Ethnic Identity*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Berger, C. dan R. Calabrese. 1975. "Some Explorations in Initial Interaction and Beyond". *Human Communication Research*, 1: 99-112.
- Berger, C. dan W. Douglas. 1982. Thought and Talk: "Excuse me, but have I been talking to myself?". In *Human Communication Theory*. F. Dance (Ed.). New York: Harper and Row.
- Bond, M. 1988. "Finding Universal Dimension of Individual Variation in Multinational Studies of Values". *Journal of Personality and Social Psychology*, 55:1009-1015.
- Brewer, M. "Ingroup Bias in the Minimal Intergroup Situation". *Psychological Bulletin*, 86:307-324.
- . 1991. "The Social Self". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17:475-482.
- Cohen, E. 1972. "Toward a Sociology of International Tourism". *Social Research*, 39:164-187.

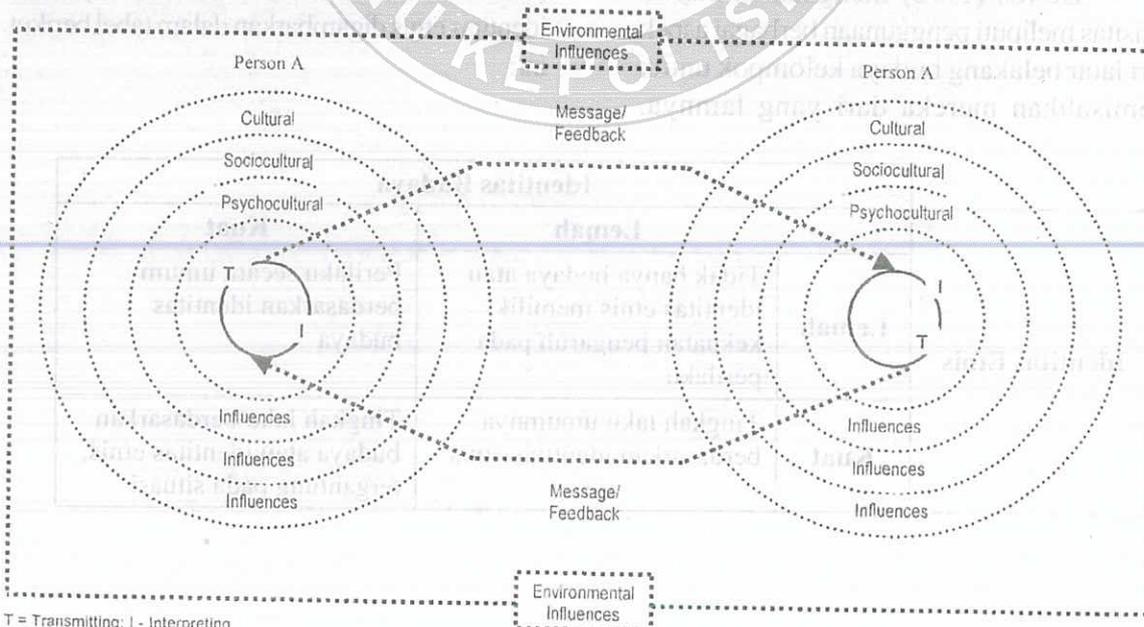


Figure 2.3 An organizing model for studying communication with stranger
(Sumber: William B. Gudykunst & Young Yun Kim, 1997 : 45)

- Coupland, N. 1980. "Style-shifting in a Cardiff Work Setting". *Language in Society*, 9:1-12.
- Deaux, K. 1991. "Social Identities". In *The Relational Self*. R. Curtis (Ed.). New York: Guilford.
- DeVos, G. 1975. "Ethnic Pluralism". In *Ethnic Identity*. G. DeVos dan L. Rommanucci-Ross (Eds.). Palo Alto, CA: Mayfield.
- Gerbner, G. 1978. "The Dynamics of Cultural Resistance". In *Health and Home*. G. Tuchman et al. (Eds.). New York: Oxford University Press.
- Giles, H. dan P. Johnson. 1981. "The Role of Language in Ethnic Relations". In *Intergroup Behaviour*. J. Turner and H. Giles (Eds.). Chicago: University of Chicago Press.
- Gorden, R. 1964. *Assimilation in American Life*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Gudykunst, William B. 1988. "Uncertainty and Anxiety". In *Theories in Intercultural Communication*. Y.Y. Kim dan W.B. Gudykunst (Eds.). Newbury Park, CA: Sage.
- . 1993. "Toward a Theory of Interpersonal and Intergroup Communication". In *Intercultural Communication Competence*. R. Wiseman dan J. Koester (Eds.). Thousand Oaks: Sage.
- . 1995. "Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory". In *Intercultural Communication Theory*. R. Wiseman (Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gudykunst, William B. dan Young Yun Kim (Eds). 1992. *Reading on Communicating With Stranger: an Approach to Intercultural Communication*. Boston, Massachusetts: McGraw Hill.
- . 1997. *Communicating With Stranger: an Approach to Intercultural Communication*. Third Edition, Boston, Massachusetts: McGraw Hill.
- Hofstede, G. 1980. *Culture Consequences*. Beverly Hill, CA: Sage.
- Hofstede, G dan M. Bond. 1984. "Hofstede's Culture Dimension". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15:417-433.
- Hraba, J. dan E. Hoiberg. 1983. "Origins of Modern Theories of Ethnicity". *Sociological Quarterly*, 24:381-391.
- Janis, I. 1971. *Stress and Frustration*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Janis I. dan M. Smith. 1965. "Effects of Education and Persuasion on National and International Images". In *International Behavior*. H. Kelman (Ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Keesing, R. 1974. "Theories of Culture". *Annual Review of Antropology*, 3:73-97.
- Kluckhohn, F. dan Strodtbeck, F. 1961. *Variations in Values Orientations*. New York: Row Peterson.
- Langer, E. 1989. *Mindfulness*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Luhtanen, R. dan Crocker, J. 1992. "A Collective Self-esteem Scale". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18:302-318.
- McArthur, L. 1982. "Judging a Book by Its Cover". In *Cognitive Social Psychology*. A. Hastorf dan A. Issen (Eds.). New York: Elsevier.
- Miller, G. dan M. Steinberg. 1975. *Between People*. Chicago: Science Research Associates.

- Morrison, T. 1992. *Playing in the Dark*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Mosel, J. 1973. *Status and Role Analysis*. Lecture to Japan and East Asia Area Studies Course, Foreign Service Institute, Washington DC.
- Olsen, M. 1978. *The Process of Social Organization*, (2nd ed). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Parson, T. 1951. *The Social System*. Glencoe, IL: Free Press.
- Parson, T. dan E. Shils. 1951. *Toward a General Theory of Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Pelto, P. 1968. The Difference Between "Tight" and "Loose" Societies. *Transaction*, April:37-40.
- Rokeach, M. 1972. *Beliefs, Attitudes and Values*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schaefer, R. 1979. *Racial and Ethnic Groups*. Boston: Little, Brown.
- Schild, E. 1960. "The Foreign Students as Stranger, Learning the Norm of the Host Culture". *Journal of Social Issues*, 18:41-54.
- Schuetz, A. 1944. "The Stranger". *American Journal of Sociology*, 49:499-507.
- Shack, W. 1979. "Open System and Closed Boundaries". In *Stranger in African Society*. W. Shack dan E. Skinner (Eds.). Berkeley: University of California Press.
- Simmel, G. 1908/1950. "The Stranger". In *The Sociology of Georg Simmel*. K. Wolff (Trans. dan Ed.). New York: Free Press.
- Stanfield, J. (Ed). 1995. "Theories of Ethnicity". *American Behavioral Scientist*, 38(3).
- Stephan, W. dan Stephan, C. 1985. "Intergroup Anxiety". *Journal of Social Issues*, 41:157-166.
- Stephenson, G. 1981. "Intergroup Bargaining and Negotiation". In *Intergroup Behavior*. J. Turner dan H. Giles (Eds.). Chicago: University of Chicago Press.
- Sunarwinadi, Ilya Revianti. 1999. *Mengusut Benang Kusut Konflik Antarbudaya di Indonesia*. Depok: Universitas Indonesia.
- Tajfel, H. 1969. "Cognitive Aspects of Prejudice". *Journal of Social Issues*, 25:79-97.
- . 1978. "Social Categorization, Social Identity and Social Comparisons". In *Differentiation Between Social Groups*. H. Tajfel (Ed.). London: Academic Press.
- Triandis, H.C. 1988. "Collectivism vs. Individualism". In *Cross-cultural Studies of Personality, Attitudes and Cognition*. G. Verma dan C. Bagley (Eds.). London: Academic Press.
- . 1994. *Culture and Social Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Turner, J.C. 1982. "Towards a Cognitive Redefinition of the Social Groups". In *Social Identity and Intergroup Relations*. H. Tajfel (Ed.). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- . 1987. *Rediscovering the Social Group*. Oxford, UK: Blackwell.
- Wirth, L. 1945. "The Problem of Minority Groups". In *Science of Man in the World Crisis*. R. Linton (Ed.). New York: Columbia University Press.
- Wood, M.M. 1934. *The Stranger: A Study in Social Relationship*. New York: Columbia University Press.